



注目業態

ねぎしフードサービス 豚肉料理の新業態が順調なスタート

認知度向上やリピーター増で月ごとの売上更新



「ポーク ポーク ポーク ねぎボ」の看板メニューである〈しろかつ〉。チルドで仕入れた「麦そだち四元豚アイダホポーク」を使用したとんかつで、さっくりと軽い衣や、肉の柔らかさ、ジューシーさなどが売りだ

首都圏を中心に「牛たん とろろ 麦めし ねぎし」を展開するねぎしフードサービス（東京・新宿、根岸榮治社長）が昨年12月にオープンした豚肉料理の新業態「ポーク ポーク ポーク ねぎボ」（東京・有楽町、以下「ねぎボ」）が順調なスタートを切った。認知度の向上やリピーターの増加などにより、売上は毎月、前月を上回るペースで推移。同社にとって多店舗化を視野に入れたブランドであり、今後も商品のブラッシュアップや品ぞろえの拡充を進めながら2店舗目以降の出店につなげたい考えだ。

「ねぎボ」では、アメリカのロッキー山脈の麓で麦を中心とした飼料で

育てた「麦そだち四元豚アイダホポーク」を使用。看板メニューは〈しろかつ（120g）〉（セット税込1280円・単品同900円）で、さっくりと軽い衣や、肉の柔らかさ、ジューシーさなどが特徴だ。チルドで仕入れた豚肉にじっくりと低温で火を通し、パン粉をつけてサッと揚げることで、ジューシーかつ柔らかいとんかつを提供。来店客100人のうち、「35人くらいが注文」（中山剛執行役員営業本部長）する一番人気の商品だという。同店では「麦そだち四元豚アイダホポーク」の厚切りロースを使ったステーキのほか、豚肉の生姜焼きなどのメニューも販売。客単価は当初想定どおり1200～1300円ほどで推移している。

「ねぎボ」はそもそも、主力ブランドの「牛たん とろろ 麦めし ねぎし」のメニューである〈とんて〜き〉で使用する「麦そだち四元豚アイダホポーク」に着目して開発した新業態。一年を通してチルドでの仕入れが可能で、「あっさりとしていておいしい」（中山執行役員）豚肉であることから、同ポークを主要食材にして調理法などにもこだわった業態の開発を決めた。〈しろかつ〉が一番の人気メニューではあるが、「とんかつ屋を目指しているわけではなく、『いかに肉をおいしく食べてもらえるか』（中山執行役員）に重点を置き、調理法や商品ラインナップの追求に取り組んでいる豚肉料理の業態で、今後も店舗拡大に向けたブランドの確立に力を入れる方針。